



# 0366

## PLANO DE MARKETING

*Trabalho realizado por:*

*Vera Valadeiro, nº20*

*TAG 4/2010*

17 Valores

*Teresa Pêgo*

# Índice

- Introdução
- Diagnóstico
  - Análise do Mercado
  - Análise da Concorrência
  - Análise da Empresa
- Análise SWOT
- Objectivos
- Estratégia
  - Clientes – Alvo
  - Fontes de Mercado
  - Posicionamento
- Marketing-Mix
- Orçamentos



# Introdução

## Tapex

*Empresa especialmente dedicada a tapeçaria da sua casa.*

*Com mais de 20 anos de existência, a Tapex é uma empresa consolidada em Portugal.*

*Empresa que combina gosto, qualidade e Inovação.*

*Com os mais diferentes estilos, de modo a agradar os mais variáveis gostos, e com estilos personalizados para clientes mais exigentes.*

*A Tapex pretende combinar ainda decoração e a mais alta tecnologia.*

*A Empresa Tapex pretende agora implementar uma nova maneira de poder relaxar.*

*Ainda este ano vai ser lançado um novo produto que pretende revolucionar o mercado das tapeçarias e da tecnologia.*

*De modo a ajudar as mais diversas pessoas a relaxarem no conforto da sua casa, a Tapex, vai lançar uma gama de tapetes que contêm fibras massajadoras.*

*A partir de agora sempre que chegar a casa cansado, ou simplesmente quando se levantar de manhã vai poder receber uma massagem nos pés, só tendo para isso que coloca-los no seu novo tapete.*

*Este novo tapete vai ser inicialmente lançado com as medidas de 130cm de comprimento e 70cm de largura, e vai estar disponível em diversas cores, de modo a adaptarem-se a si e ao seu lar.*

# Tapex

*Empresa Tapex, lda*

*Sede: Av. Almirante Reis, nº153 A*

*1000-185 Lisboa*

*Telefone: 218479210*

*Fax: 218479211*

*Email: [tapex@gmail.com](mailto:tapex@gmail.com)*

*Site: [www.tapex.com.pt](http://www.tapex.com.pt)*

*A empresa Tapex, emprega cerca de 100 pessoas, espalhadas pelas suas 6 lojas e fábrica de tapeçaria.*



# Diagnóstico

## Análise de Mercado

### Meio envolvente Transaccional:

*A Empresa Tapex é direccionada para quase todo o tipo de clientes, pretendendo ter uma vasta gama de produtos disposta a satisfazer as necessidades de cada um.*

*Trabalhamos com os melhores fornecedores desta área, de modo a que os nossos produtos tenham um elevado grau de qualidade.*

*O nosso principal fornecedor é a “Tropical Lane Spa”, uma conceituada e tradicional empresa italiana. Mas também trabalhamos com outros fornecedores, dependendo do tipo de tapete que pretendemos fabricar.*

*Relativamente aos nossos concorrentes, temos vários nesta vasta área, mas podemos referir que a “Tricana”, a “Soraya tapetes” e a “Socarpetes” são os nossos principais concorrentes.*

*A Comunidade onde nos inserimos é neste momento em Portugal Continental, onde temos uma vasta carteira de clientes.*



## Meio envolvente Contextual:

*Quanto aos condicionalismos externos à actividade da minha empresa, podemos referir que a nível macro económico, a nossa empresa pretende atingir todos os públicos, desde a classe baixa, onde temos produtos com preços adequados, e soluções práticas e acessíveis.*

*E temos produtos mais personalizados com um maior grau de qualidade e um maior leque de variedade de soluções para gostos mais requintados e mais direccionados para a classe média e alta da nossa comunidade.*

*A nível de condicionalismos tecnológicos, hoje em dia Portugal já faz grandes apostas em novas tecnologias e também as pessoas fazem grandes apostas a esse nível, por isso contamos com uma grande abertura ao nosso novo produto, onde combina tecnologia e decoração.*

*Tanto a nível político legal como a nível sócio cultural não se prevêem condicionalismos.*

## Dimensão:

*A nossa empresa tem mais de 20 anos de existência, tendo uma boa colocação no mercado nacional, e tem tido uma evolução muito delinear. Criando e promovendo sempre os seus produtos e evoluindo de maneira a acompanhar o crescimento da sociedade.*

## Segmentação do mercado:

*Geograficamente é para ser comercializado em Portugal continental e ilhas, sendo que acreditamos vir a atingir em força os grandes centros urbanos, em especial pessoas preocupadas com a sua saúde e bem-estar, e ao mesmo tempo que tenham especial atenção a decoração das suas casas. Este produto é destinado a pessoas com uma situação financeira estável.*

### Comportamento de consumo:

*Os nossos produtos pretendem atingir o máximo de consumidores, numa vertente decorativa e de bem-estar, sendo que este novo produto é direccionado para clientes mais exigentes, com algum poder de compra, pois é um produto personalizado e com características específicas.*

### Comportamento de compra:

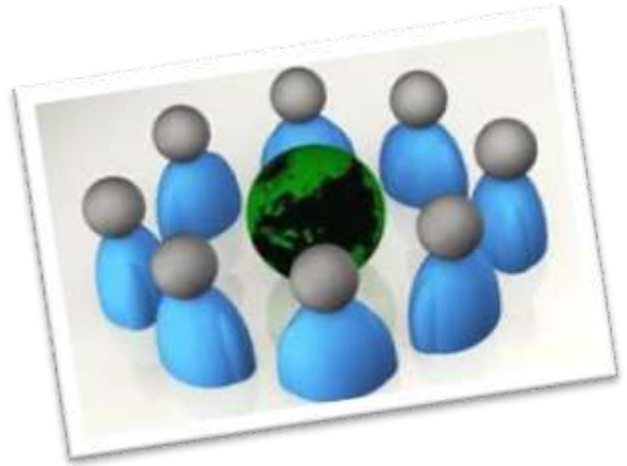
*O nosso novo produto pretende vir a ser adquirido por jovens ou adultos que tenham preocupação com a sua saúde e bem-estar e que tenham gosto pela decoração da sua casa e deverá ser adquirido quando adquirirem novos imóveis para habitação ou até quando sentem necessidade de aconchegar e melhorar o aspecto do seu lar, será um produto comercializado a unidade, ou em pequenos conjuntos. Por norma, as mulheres são as nossas principais consumidoras, sendo elas que influenciam na compra e na escolha dos produtos.*

### Distribuição:

*Em matéria de distribuição, o nosso canal principal são as lojas especializadas na comercialização dos nossos produtos, onde se pode comprar ou encomendar directamente, de acordo com as especificações requeridas.*

*Temos também um site na internet, onde de uma maneira mais generalizada pode consultar as nossas ofertas e fazer a sua encomenda.*

*Temos também a opção de, através dos nossos catálogos, poder contemplar o manancial da oferta apresentada e fazer a sua escolha, enquadrando o produto no ambiente da sua casa e efectuar a sua compra, fazendo-o com um simples telefonema.*



## Análise da concorrência

Identificação dos principais concorrentes:

*Os meus principais concorrentes são a “Tricana”, a “Soraya tapetes” e a “Socarpetes”.*

Posicionamento estratégico da empresa:

*O posicionamento da nossa empresa é a Especialização, pois tentamos manter-nos centrados nos produtos que comercializamos, melhorando-os e dando novas opções e novas variedades dos nossos tapetes, apostamos também na boa divulgação dos nossos produtos e a mais recente aposta vai para um produto completamente inovador no mercado.*

Política de marketing-mix:

*Política de marketing-mix da Tricana:*

*Produtos de alta qualidade, desde tapetes tradicionais como os tapetes de Arraiolos e Beiriz, a tapeçaria Persa, e tapeçaria Oriental, e disponibilizam serviços especializados de lavagem, restauro e peritagem.*

*Fazem a distribuição através de várias lojas, espalhados pelo país, através do site com serviço de compras online, e participam em feiras e exposições.*



*Relativamente a sua política de comunicação fazem através das suas lojas e serviços online, apostando na sua qualidade e tradição, tendo uma marca prestigiada no mercado.*

*Relativamente ao preço é uma empresa virada para a alta sociedade, pois tem preços caros, e não acessíveis a qualquer pessoa.*

## **Análise da empresa**

*A nossa empresa existe a cerca de 20 anos, tendo atingido actualmente cerca de 15% da quota de mercado, sendo que foi conquistando o seu posicionamento ao longo deste anos, os primeiros 5 anos, apostamos na implantação e divulgação da nossa empresa, seguido*



*de 10 anos em que expandimos o nosso negócio por todo o país, e nos últimos 5 anos expandimos para as ilhas. Somos uma empresa consolidada em Portugal, e respeitada no mercado, tendo uma forte marca, que nos caracteriza.*

*Somos uma empresa que emprega cerca de 100 pessoas, espalhadas pelas suas 6 lojas e na fábrica de tapeçaria.*

*Relativamente aos nossos produtos temos cerca de 50% de rentabilidade, em comparação ao preço de custo.*

*As nossas políticas de marketing-mix, é ter a disposição soluções adequadas a todos os gostos e para todos os bolsos, tendo assim diversificação nos nossos tapetes, podendo assim chegar as mais variadas pessoas, apostando nos canais de distribuição e na boa divulgação dos nossos produtos e tendo preços apelativos para produtos mais básicos e preços mais especiais para produtos mais exclusivos.*

# Análise SWOT

## *Pontos Fortes:*

- ✓ *Tecnologia*
- ✓ *Força da marca*
- ✓ *Canais de distribuição*
- ✓ *Qualidade*
- ✓ *Personalização do produto*
- ✓ *Diversidade de oferta*

## *Pontos Fracos:*

- ✓ *Falta de variedade de produtos na área de toda a decoração e bem-estar*
- ✓ *Tempo de produção dos artigos mais especializados*

## *Oportunidades:*

- ✓ *Liberalização geográfica*
- ✓ *Avanços tecnológicos*
- ✓ *Novas oportunidades de canais de distribuição*
- ✓ *Stress na actualidade*
- ✓ *Inovação do produto*

## *Ameaças:*

- ✓ *Hábitos do consumidor*
- ✓ *Avanços tecnológicos*
- ✓ *Mudanças de governo*
- ✓ *Aumento das taxas*
- ✓ *Crise que o país atravessa*
- ✓ *Mercado saturado*



# Objectivos

- 1) *Manter a actual quota de mercado*
- 2) *Boa divulgação do novo produto*
- 3) *Implementar o novo produto no mercado*
- 4) *Aumentar o volume de vendas*
- 5) *Expandir o negócio para a Europa.*

*A empresa Tapex, tem cinco principais objectivos para os próximos 2 anos.*

*Pretendemos manter a nossa actual quota de mercado, pois devido a actual situação que o nosso país atravessa, não é fácil manter a actual posição face ao mercado, sendo isto pretendemos alargar os nossos produtos ao máximo de clientes, mantendo qualidade, mas oferecendo ainda mais opções nos nossos tapetes, e apostando na divulgação da nossa empresa e dos nossos produtos.*

*Pretendemos também fazer uma alargada campanha de divulgação do nosso novo produto, de maneira a que quando for lançado para o mercado, tenha uma maior aceitação por parte dos consumidores.*

*De seguida temos como objectivo conseguir implementar o novo produto, fazendo dele um campeão de vendas.*

*Com isto pretendemos aumentar o nosso volume de vendas, e de seguida expandir a nossa empresa para a Europa, pretendendo atingir e explorar o mercado europeu.*



# Estratégia

## Clientes-alvo

*Os nossos clientes alvos são especialmente mulheres, que além de serem em maior parte dos casos decisores, também elas são influenciadoras no que se refere a decoração e bem-estar numa casa. Pretendemos atingir em maior grau as faixas etárias dos 30 aos 50 anos, e com este novo produto pretendemos atingir a classe média e classe alta da sociedade.*

## Fontes de mercado

*A nossa empresa pretende conquistar clientes através de Produtos de outras categorias, já que no mercado o nosso produto é inovador, tendo só substitutos como concorrentes.*

## Posicionamento

*O posicionamento da nossa empresa é a especialização, sendo que pretendemos que os nossos clientes saibam que apostamos sempre na qualidade e melhoramento dos nossos produtos, tendo sempre o máximo de diversificação e especialização.*

*Pretendemos agora apresentar uma vertente inovadora, para que os nossos clientes tenham a escolha, maiores e melhores soluções para a sua casa e para o seu bem-estar.*



# Marketing-Mix

## *Produto:*

*O nosso novo produto é um tapete massajador, no qual ao se colocar os pés em cima do tapete, se recebe uma suave e relaxante massagem.*

*Não deixando de ser um tapete, e como tal ser um acessório de decoração da sua casa, agora pode tirar vantagens e benefícios para a sua saúde e bem-estar, pois sempre que se sentir cansado depois de um dia de trabalho, ou simplesmente quando quiser relaxar um pouco, já terá a sua disposição este novo produto.*

*Com um sistema de fibras completamente novas no mercado, este novo sistema pretende revolucionar o mercado da saúde e bem-estar.*

*De fácil limpeza e manutenção este novo produto é uma ideia prática.*

*Este novo tapete será colocado no mercado em modelo standard, com medida de 130cm de comprimento por 70 de largura e terá várias cores a disposição, para poder combinar este mais recente tapete com a decoração da sua casa.*

## *Distribuição:*

*A distribuição será feita através das nossas lojas físicas, e através do nosso site, que tem serviço de encomendas online.*

*Será disponibilizado a unidade, ou em conjuntos de 2 unidades.*

*Será embalado em caixa, que terá todas as explicações do produto e especificará todas as vantagens a nível de saúde e bem-estar.*

*Terá também designado como efectuar a limpeza e respectiva manutenção do produto.*

### *Comunicação:*

*Faremos a comunicação do nosso produto através de um anúncio de publicidade, que deverá ter cerca de 20 segundos e passará na televisão em horário nobre, durante aproximadamente 1 semana, e antes do produto ser lançado no mercado, fazendo também destaque e incentivando as pessoas a participarem numa campanha de merchandising realizada posteriormente em grandes superfícies e um pouco por todo o país, para que as pessoas possam experimentar o produto, podendo assim comprovar as características do produto.*

*Sendo também entregues folhetos informativos com as características do nosso produto, nos locais de divulgação.*

*Faremos também uma promoção nos preços de venda, em 10%, para todas as compras no primeiro mês de vendas.*

### *Preços:*

*O nosso produto terá um preço de 300€ por unidade, e de 500€ se optar-se por comprar o conjunto de 2 unidades.*

*Terá um desconto de 10% no primeiro mês, sendo por isso 270€ por unidade e 450€ por o conjunto.*



# Orçamento

*O orçamento será composto pelas despesas efectuadas para a divulgação do nosso novo produto.*

- *Campanha publicitária na Tv.*
- *Campanha de Merchandising*
- *Folhetos informativos do produto*
- *Promoção de 10% no primeiro mês de vendas*
- *Desconto no preço se comprar em conjunto de 2 unidades*
- *Pagamento de todas as pessoas envolvidas nos respectivos projectos.*

